ARTA FORMELOR UTILE – DESIGNUL. (SEMNIFICAȚIA ESTETICĂ ŞI DESTINAȚIA FUNCȚIONALĂ) THE ART OF THE USEFUL SHAPES – DESIGNUL. (AESTHETIC SIGNIFICANCE AND FUNCTIONAL DESTINATION)

Eleonora Florea, PhD of Art, Professor,
Free International University from Moldova

Rezumat. Designul – un adevărat factor de progres al civilizaţiei contemporane, integrându-se în toate domeniile economiei naționale, are o destinaţie socială profund umanistă**.** „Umanismul tehnologic" al designului afirmă valorile **etice** fundamentale – grija şi respectul faţă de om. Concomitent, tot mai intens se promovează semnificaţia estetică a designului – forma obiectului uzual, care prezintă atât o modalitate de materializare a funcţiei utilitare, cât şi o realizare esențială a mesajului **estetic.** Procesul integrator al proiectării tehnico-artistice a mediului obiectual orientat spre constituirea calităţilor superioare funcţional-utilitare, dar şi a celor estetice constituie esenţa designului contemporan. Principala categorie estetică – categoria **frumosului** se prezintă ca o valoare utilă („frumosul util"). Înalta valoare artistică a obiectului uzual este strict dependentă de realizarea maximă a calităţilor funcţionale. Acest fenomen constituie esenţa noțiunii „funcționalism estetic".

Cuvinte-cheie: utilitate, funcționalitate, valoare artistică, mesajul estetic, frumosul util, umanismul tehnologic, funcționalismul estetic.

Abstract. The Design – a real progress factor of the contemporary civilization, integrated into all the fields of the national economy, has a deep humanistic social destination. "The technological humanism" of the design affirms the fundamental ethical values – the care and respect for human. Simultaneously, the aesthetic significance of the design is promoted more intensively – the shape of an everyday object, which presents both a way of utility materializing the function and a key achievement of aesthetic message. The integrator process of technical and artistic design is oriented to the setting of high quality aesthetic qualities which is the essence of the contemporary design. The main aesthetic category – the beauty category is presented as a useful value („useful beauty"). The high artistic value of the habitual object is strictly dependent on achieving maximum functional qualities. This phenomenon is the essence of „aesthetic functionality".

Keywords: utility, functionality, artistic value, aesthetic message, useful beauty, humanism technological, aesthetic functionality.

Întreaga lume materială creată de om, uneltele de muncă și obiectele de uz practic, locuinţa și vestimentația – tot ambientul obiectual, toate bunurile de consum – au o istorie foarte veche, începând cu perioada preistorică şi continuând pe parcursul evoluţiei civilizațiilor şi perindării stilurilor artistice. La fel de veche este şi tendinţa omului de a perfecţiona permanent obiectele ce le produce şi le utilizează: a le dezvolta idea constructivă şi a le înfrumuseţa aspectul exterior. În toate epocile a existat şi o corelare între posibilitățile materiale, nivelul tehnologic, orizontul spiritual, gustul artistic și capacitatea de creație a omului. De cele mai multe ori, beneficiarul obiectelor era cel care le-a creat. Iar meşteşugarul, în condiţiile muncii artizanale, realiza concomitent şi concepţia, şi execuţia obiectului. Adică, tehnologul și artistul la început se concentrau într-o singură persoană. Anume de aceasta specialiştii în istoria designului consideră că geneza fenomenului dat porneşte din timpurile preistoriei, abordând aşa noţiuni ca „design etern", „design spontan", „protodesign" şi altele.

Practica istorică a activității multimilenare de proiectare şi confecţionare (*construire artistică)* a mediului obiectual a contribuit la crearea unor *valori estetice* superioare organic incorporate în structura *obiectelor utile*.

Din negura vremurilor au apărut şi arhaicele teorii ale corelării ***utilului*** cu ***esteticul***: primele dintre ele sunt elaborate încă în Grecia Antică şi aparţin celor mai mari gânditori ai antichităţii Aristotel, Socrate, Platon. În cultura antichităţii, când valorile spirituale erau concepute şi apreciate sincretic, *frumosul* – categorie estetică fundamentală, valoare universală a tuturor fenomenelor estetice, este contopit în mod frecvent cu *binele* (valoare universală a eticii), *armonia,* dar şi cu *utilul*. *„Teoria" frumosului* în urmă cu peste 2000 de ani au iniţiat-o pitagoreicii, care consideră frumuseţea o calitate a Universului, afirmă perfecţiunea logică a cosmosului,înaintând ca element esenţial al acestei teorii *ideea de proporţie, simetrie şi armonie:* Cosmos înseamnă ordine, armonie, frumuseţe.

Platon consideră că *frumosul, armonia* și *binele* sunt într-o permanentă fuziune. Iar Socrate depistează un aspect foarte important al *frumosului – utilitatea*, principalul criteriu al căruia este *binele*: este *frumos* ceea ce este *folositor*", iar *folositor* este ceea ce face un *bine,* adică toate lucrurile care servesc omului sunt în acelaşi timp *frumoase* şi *bune.* Aceste idei, găsind continuare în epoca Renașterii în tratatele lui Leonardo da Vinci, mai târziu au fost abordate în literatura ştiinţifică din secolele XVII-XVIII: în lucrările filosofului, matematicianului şi fizicianului german G. Leibniz (1646-1716), inventatorului rus A. Nartov (1693-1756) ş.a.

O elaborare teoretică corelarea utilului cu esteticul este realizată în secolul al XIX-lea de către promotorii ştiinţifici ai noii preocupări specializate ce se afirmă în a doua jumătate a secolului al 19 – secolul unui progres tehnic vertiginos, secolul dezvoltării societăţii occidentale – *designul.* Aceștia au fost arhitectul și teoreticianul de artă german H. Semper (1803-1879), scriitorul și teoreticianul de artă englez J. Ruskin (1819-1900) şi, mai ales, scriitorul şi esteticianul englez William Morris (1834-1896), considerat a fi primul teoretician al designului, care în lucrările sale a formulat *principiile ştiinţifice ale designului* şi încă în deceniile 8-9 ale secolului al XIX-lea a identificat ***principiul de corespundere între forma obiectului şi destinaţia lui funcţională.*** Iar în primele decenii ale secolului al XX-lea, arhitectul Herman Muthesius a formulat principiul ***„funcționalismului estetic".***

Astăzi, în cadrul civilizaţiei contemporane se realizează o puternică interferenţă între industrie şi artă, o puternică intervenţie a designului în toate domeniile activităţii sociale. Designul-factor mereu prezent în civilizaţie – este orientat spre sporirea calităţii vieţii, satisfacţia necesităţilor omului-utilizator şi prosperitatea societăţii.

Designul constituie un mijloc important de ameliorare şi înnobilare a condiţiilor de viaţă şi de muncă a omului, având o menire o orientare socială profund ***umanistă***. Acest fapt a condiţionat apariţia în literatura specială a noţiunii de *„umanism tehnologic".* Prin design sunt afirmate fundamentalele *valori etice – grija și respectul față de om*.

După cum s-a menţionat anterior, designul creează frumuseţe şi armonie – trăsătură care-l înrudeşte cu *arta plastică.*

Încă din timpurile cele mai străvechi artele plastice şi creaţia obiectuală au fost tratate ca fenomene înrudite. Marele filosof al Greciei antice Aristotel (384-322 î.Hr.), autorul primei clasificări ale artelor a divizat artele în doua categorii: *„museice"* – cele ocrotite de muze; şi *„tehnice"* – artele plastice şi meşteşugurile (semnificativ, că în limba greacă *tehne* semnifică „iscusinţă", „măiestrie"). Iar unul din cei mai mari gânditori ai Evului Mediu Augustinus (354-430 d.Hr.) împarte artele şi ştiinţele în două categorii: *„libere"* – muzica, retorica, dialectica, astronomia, ş.a.); şi *„mecanice"* – artele plastice şi meşteşugurile. Deci acestea din urmă sunt situate de către el la aceeași categorie de clasament. Concepţia că artele plastice şi creaţia obiectuală sunt fenomene de aceeași natură a fost dezvoltată şi ulterior.

Însăşi noţiunea ***arte plastice*** are două semnificaţii – restrânsă şi amplă. În sens restrâns noţiunea *arte plastice* include trei genuri artistice: *pictura, grafica, sculptura* – genuri care reproduc realitatea în imagini artistice vizuale.

Conform semnificaţiei ample – la domeniul *arte plastice* se referă *genurile arhitectură, artă decorativă aplicată, construirea artistică –* **designul.** Acestea ca şi *pictura, grafica, sculptura* au o structură spaţială (*bidimensională sau tridimensională)* şi sunt receptate vizual.

Însă dacă genurile pictură, grafică şi sculptură reproduc realitatea în imagini concret-senzoriale, în care pot fi recunoscute forme şi imagini din realitate (aceste genuri fiind apreciate ca genuri reprezentative), apoi genurile arhitectură, artă decorativă aplicată, design operează cu imagini, care nu reproduc realitatea în mod direct şi concret (ele sunt apreciate ca genuri nereprezentative).

Genurile artelor plastice şi designul diferă după factorul *funcţional*: genurile artelor plastice, pictura, grafica, sculptura, au ca funcţie prioritară de bază *funcţia estetică.* Iar designul ca şi arhitectura, arta decorativă aplicată, sunt bifuncţionale: au două funcţii – *utilitară şi estetică***,** cea de bază fiind funcţia *utilitară.*

Genurile artelor plastice reprezentative şi cele nereprezentative diferă între ele după *limbajul* său – după factorul ***semiotic***. Dacă genurile reprezentative doar *reproduc, transfigurează realitatea,* apoi cele din urmă contribuie la crearea unei noi *realităţi* – spaţiul obiectual, mediul de existenţă umană.

Artele plastice şi designul diferă şi după factorul *semiotic*. Spre deosebire artele plastice, numite *reprezentative* – pictura, grafica, sculptura – ce se manifestă în *reproducerea şi transfigurarea realităţii,* designul este orientat spre *crearea unei realităţi noi – lumii obiectelor frumoase şi utile,* formării spaţiului obiectual, mediului de existenţă umană.

Proiectarea unui nou produs implică spirit creator şi talent artistic. Ca orice proces artistic designul deschide posibilităţi mari pentru *creativitate*. Dar, spre deosebire de creativitatea artistului, care are un caracter subiectiv, iar opera artistică este un avânt al fanteziei libere, creatoare de ceva nou, original, neaşteptat, creaţia designerului este motivată de cerinţele, doleanţele şi gusturile consumatorilor; designerul nu poate face abstracţie nici de la faptul că forma obiectului pe care îl proiectează va trebui să se raporteze la formele „vechi" ale obiectelor similare produse recent; designerul trebuie să găsească o formă optimă a produsului nou (iar forma aceasta fiind în corespundere cu funcţionalitatea produsului).

Receptarea operei de artă este însoţită de *atitudine estetică* – proces afectiv şi intelectual bazat pe excluderea interesului practic, sustragerea de la interesele pragmatice – fenomen apreciat de către esteticianul român T. Vianu prin noţiunea de „neatenţie la viaţă".

În design înalta valoare artistică este strict dependentă de realizarea maximă a calităţilor funcţionale. Principalul c*riteriu de evaluare* a design-ului unui produs este criteriul ***funcţionalităţii***. Înainte de a evalua *caracteristicile estetice* intrinseci ale produsului, trebuie evaluată *funcţionalitatea* lui. Dacă nivelul de funcţionalitate este scăzut, atunci produsul nu poate fi considerat frumos din punct de vedere estetic.

Esteticul este unul din componentele de bază ale activităţii de proiectare. În toate domeniile designului se manifestă principala categorie estetică – categoria *frumosului*. Analizând această categorie a frumosului, constatăm că există mai multe categorii ale *frumosului*.

a. Frumosul natural.

b. Frumosul artistic.

c. Frumosul util : frumosul se prezintă ca o valoare utilă. Gustav Theodor Fechner (1801-1887, fizician, psiholog, estetician şi filosof german), analizând raportul dintre *frumos şi util,* consideră că *utilitatea* este prima cerinţă a tuturor obiectelor şi dacă latura practică ar trebui să lipsească şi *frumuseţea* ar lipsi. Prezenţa frumosului în producţia tehnică şi în bunurile de larg consum contribuie la sensibilizarea fiinţei umane.

În gândirea estetică românească, Tudor Vianu afirmă că între frumuseţea artei şi frumosul din natură există o completă eterogenie. Este rezonabil să considerăm doar frumosul artistic drept obiect unic al esteticii; frumosul natural apare a fi un element dat, pe când frumosul artistic este un produs, o operă.

Fără îndoială, în viaţa de toate zilele suntem obişnuiţi să vorbim de culoare *frumoasă*, de un cer *frumos*, de un fluviu *frumos*, despre flori *frumoase*, animale *frumoase*, despre oameni *frumoşi*. Frumuseţea artistică e frumuseţea născută din spiritul artistului şi cu cât spiritul şi producţiile lui sunt superioare naturii şi fenomenelor ei, pe atât şi frumosul artei este superior frumuseţii naturii.

Frumosul se află în ochii privitorului, spunea cineva acum mult timp. Şi avea imensă dreptate, deoarece frumosul se „arată" prin *forma* sa. Formă se numeşte aspectul exterior, înfăţişarea, modul de a fi al unui obiect. Forma este elementul esenţial în *realizarea estetică.* Anume prin intermediul formei se efectuează prezentarea vizuală a obiectului: astfel obiectul se expune perceperii şi cunoaşterii.

Concepţia *formei* rezultă în mod principial din exprimarea veridică a *funcţiei,* a conţinutului.

În aspectul corelaţiei dintre *formă şi funcţie* pot fi stabilite trei grupuri de obiecte:

1 – la care forma este integral subordonată funcţiei (de exemplu, utilajele industriale); modificările serioase ale formei pot fi în detrimentul funcţiei;

2 – la care forma este esenţial subordonată funcţiei (obiectele uzuale, tehnica de gospodărie etc.);

3 – la care relaţia funcţie-formă este de o importanţă relativă (obiectele de art-design, bijuteriile, accesoriile ornamentale în vestimentaţie, mobilier etc.).

În contextul acesta, este diferit şi câmpul de activitate creativă a designerului: în primul caz – mai limitat, în al doilea şi mai ales în al treilea – mai vast.

Alături de cele expuse, *forma* este condiţionată şi de mai mulţi factori: material, tehnologic, ergonomic, estetic, semiotic.

R e a l i z a r e a   e s t e t i c ă   a   f o r m e i (astfel încât obiectul proiectat să se prezinte ca util şi frumos) este ghidată şi patronată de concepţia *a r m o n i e*. Această concepţie – situată între două extreme: monotonie şi dezordine – presupune o potrivire desăvârşită a părţilor componente ale unui întreg; o compoziţie bazată pe principii de echilibru, proporţionalitate, simetrie.

E c h i l i b r u se numeşte situaţia, starea de stabilitate a unui sistem, supus acţiunii unor forţe egale şi opuse care se anulează reciproc, fără a-i modifica starea de repaos sau de mişcare.

P r o p o r ţ i o n a l i t a t e se numeşte proprietatea elementelor componente ale formei unui obiect de a fi proporţionale între ele, de a alcătui o proporţie.

S i m e t r i e este proprietatea unui obiect alcătuit din elemente aşezate la aceeaşi distanţă de un plan, o linie, un punct.

Factorii importanţi care determină proiectarea reuşită a formei sunt:

– *r i t m u l* – succesiunea periodică, repetarea (exactă, variată, alternativă) unui element, ceea ce creează impresia unei mişcări vizuale;
– *m i ş c a r e a* – crearea unei energii vizuale în funcţie de orientarea elementelor;
– *a c c e n t u l* – crearea unui element dominant în toată compoziţia vizuală.

Un factor deosebit în conceperea formei este *c u l o a r e a – calitatea, intensitatea, saturaţia, puritatea ei.*

Scopul principal al coloristicii este de a mări vizibilitatea, a modifica perceperea formei, a provoca diferite emoţii.

Generalizând cele expuse anterior concluzionăm că pentru perfecţionarea funcţională a produsului proiectat se cer implementate rezultate din diverse domenii ale ştiinţei şi tehnicii care vizează anumite aspecte şi diferite etape ale acestui proces la nivel de:

- *proiectare,*
- *producere,*
- *promovare pe piaţă,*
- *încadrare în mediul natural şi social.*

Procesul dat presupune implicaţii în diverse domenii ale ştiinţei şi tehnicii: inginerie, proiectare tehnică, economie, ergonomie, psihologie, sociologie, economie, marketing, finanţe, ecologie, legislaţie, semiotică, servicii publice etc. – procesul integrator, complex de proiectare a funcţiei şi structurii, a conţinutului şi formei unui produs obiectual, material în aspectul obiectivelor utilitare şi estetice constituie esenţa d e s i g n u l u i contemporan.

Bibliografie:

1. ACHIM I., 1968, *Introducere în estetica industrială*, Bucureşti: Editura ştiinţifică.
2. ACHIŢEI Gh., 1988, *Frumosul dincolo de artă,* Bucureşti: Editura Meridiane.
3. AXINTE C., CRISTEA I., 2007, *Elemente de design industrial*: note de curs, Bacău: Alma Mater.
4. BOREV I., 1979, *Estetica*, Chişinău: Cartea Moldovenească.
5. DIACONESCU D., NEAGOE M., JALIU C., SĂULESCU R., 2010, *Designul conceptual al produselor,* Braşov: Editura Universităţii Transilvania.
6. *Dicţionar de estetică generală, 1972,* Bucureşti: Ed. Politică.
7. FLOREA E., 2011, *Designul – ştiinţă şi disciplină de studiu*, Chişinău: Copitec- plus.
8. MORAR V., 2003, *Estetică, interpretări şi texte,* Bucureşti: Editura Universităţii.
9. RUSU L., 2011, *Logica frumosului.* În: Liviu Rusu, Opere, vol. III, Bucureşti: Editura Academiei Române.
10. VIANU T., 2010, *Estetica*, Bucureşti: Orizonturi.
11. *Дизайн: Очерки теории системного проектирования*/ Валькова, Н.; Грабовенко, Ю., Л.: ЛГУ.
12. КАГАН М., 1961, О *прикладном искусстве*: *некоторые вопросы теории*, *Л*.: Художник РСФСР.
13. КОВЕШНИКОВА Н., 2009, *Дизайн: история и теория*. Учебное пособие, Москва: Омега.
14. МЕДВЕДЕВ В., 2009, *Сущность дизайна: теоретические основы дизайна.* Учеб. пособие, СПб.: СПГУТД.
15. РОЗЕНСОН И., 2006, *Основы теории дизайна*, СПб.: Издательство Питер.
16. РУНГЕ В., 2006, *История дизайна, науки и техники*, Москва: Архитектура.
17. ХАРИТОНОВ В., 1992, *Взаимосвязь искусств*, Екатеринбург: Изд-во УРГУ.